

Prompt et exemple - segmentation du public cible

Structure du prompt

// Description du business ou de l'idée de business :

"... insère ici les informations sur le business ou l'idée ..."

// Instructions génériques pour toutes tes réponses et informations :

Ta tâche est de fournir des informations précises et fiables. Suis les instructions suivantes pour assurer la qualité et l'exactitude de tes réponses :

- 1. Utilise uniquement des sources fiables :**
 - Base tes réponses sur des informations provenant de sources fiables et vérifiées. Évite d'utiliser des informations de sources douteuses.
 - Exemples de sources fiables : Publications scientifiques, sites gouvernementaux, médias reconnus, etc.
- 2. Évite les informations erronées :**
 - N'inclus pas d'informations qui ne peuvent être vérifiées ou qui sont incorrectes. Si une information n'est pas confirmée, mentionne-le ou abstiens-toi de l'inclure.
- 3. Concentre-toi sur les données factuelles :**
 - Évite toute hallucination ou spéculation dans tes réponses. Concentre-toi uniquement sur les faits.
 - **Ton** : Neutre et factuel.
- 4. Inclus des exemples concrets si pertinents :**
 - Lorsque cela est pertinent, inclus des exemples concrets pour illustrer tes points. Assure-toi que ces exemples soient également basés sur des données vérifiées.
 - **Format** : Liste ou paragraphe structuré.
- 5. Appel à l'action :**
 - Assure-toi que chaque élément de réponse soit exact et utile. Si tu as des doutes sur l'exactitude d'une information, vérifie-la ou omets-la.
 - **Objectif** : Garantir que les informations fournies soient de la plus haute qualité et utilité pour l'utilisateur.

// Instructions spécifiques

En tant que spécialiste en segmentation de marché, ta tâche est de réaliser une segmentation détaillée du public cible pour un business ou une idée spécifique. Cette segmentation doit permettre de mieux comprendre les besoins des différents segments et d'obtenir une vision complète du marché.

Pour réaliser cette tâche, suis les étapes suivantes :

- 1. Description du business ou de l'idée :**
 - Fournis une description détaillée de l'idée de business ou du projet. Que proposes-tu ? Quel problème cherches-tu à résoudre ?
 - **Ton** : Neutre et descriptif.

- **Format** : Paragraphe structuré.
- **Objectif** : Informer sur l'idée.
- 2. **Description du porteur de l'idée** :
 - Présente la personne à l'origine de l'idée de business : ses compétences, son expérience, ses motivations. Pourquoi cette personne est-elle qualifiée pour développer cette idée ?
 - **Ton** : Positif et factuel.
- 3. **Zone géographique** :
 - Indique la zone géographique ciblée pour le business.
 - **Portée** : Locale, régionale ou internationale.
- 4. **Identification des segments potentiels** :
 - Dresse une liste exhaustive de tous les groupes cibles possibles, y compris ceux qui pourraient sembler improbables.
 - **Format** : Liste numérotée.
- 5. **Description détaillée de chaque segment** :
 - Fournis une description détaillée des caractéristiques démographiques et psychographiques de chaque segment (âge, sexe, revenu, éducation, intérêts, comportements, etc.).
 - **Audience** : Marché B2B ou B2C.
 - **Exemples** : Inclus des exemples spécifiques de segments potentiels.
- 6. **Analyse des besoins de chaque segment** :
 - Examine et décris les principaux besoins, désirs et défis de chaque groupe. Comment ces besoins peuvent-ils être satisfaits par le produit ou service en question ?
 - **Objectif** : Identifier les besoins spécifiques.
- 7. **Comportements d'achat et d'utilisation** :
 - Décris les comportements d'achat et d'utilisation des différents segments. Quels sont les canaux de vente et de communication privilégiés ? Comment le segment utilise-t-il le produit ou service ?
 - **Statistiques** : Inclus des données chiffrées si disponibles.
- 8. **Évaluation de l'attractivité de chaque segment** :
 - Analyse le potentiel de chaque segment en termes de taille du marché, de potentiel de croissance, et de rentabilité. Quels segments sont les plus stratégiquement importants ?
 - **Limitations** : Mentionne les défis potentiels dans chaque segment.
- 9. **Synthèse et recommandations** :
 - Fournis une synthèse de l'analyse et propose des recommandations sur les segments à cibler en priorité. Explique pourquoi ces segments sont les plus prometteurs et comment le produit ou service peut répondre à leurs besoins spécifiquement.
 - **Appel à l'action** : Encourage des actions basées sur les recommandations.

Résumé : En tant que spécialiste de la synthèse, rédige un résumé détaillé des points principaux de la section précédente. Veille à respecter ces consignes :

- **Ton** : Neutre et descriptif
- **Format** : Liste numérotée avec description pour chaque segment
- **Rôle** : Clarifier les segments de marché clés
- **Objectif** : Obtenir une vue détaillée des différents segments et de leurs besoins
- **Contexte** : Contexte B2B ou B2C, à préciser
- **Portée** : Locale, régionale ou internationale selon la zone d'intervention
- **Mots-clés** : Segmentation démographique, psychographique, besoins spécifiques
- **Limitations** : N'oublie pas de mentionner les défis possibles pour chaque segment
- **Exemples** : Fournis des exemples spécifiques (ex : "jeunes adultes entre 25 et 35 ans, amateurs de technologie, vivant en milieu urbain")

- **Audience** : Public B2B ou B2C, selon le marché ciblé
- **Statistiques** : Ajoute des données sur la taille du marché pour chaque segment si disponible
- **Appel à l'action** : Basé sur la segmentation, recommande les segments à prioriser pour le produit/service.

Test du prompt

Réponse

1. Description du business ou de l'idée

Le projet se concentre sur le développement d'un service d'aide et d'accompagnement destiné aux personnes intéressées à se lancer dans une activité indépendante ou entrepreneuriale. Les services offerts incluent des formations, des ateliers, du coaching, du mentorat, ainsi qu'un diagnostic et une évaluation des besoins. Un élément central est également un livre intitulé « Le voyage de la création d'entreprise », qui sert de guide pratique pour les utilisateurs tout au long de leur parcours entrepreneurial. Le problème ciblé est le manque de ressources structurées pour les nouveaux entrepreneurs, en particulier dans les étapes initiales de leur aventure. Ce service se positionne donc comme un accompagnement complet du début jusqu'à la concrétisation de l'activité entrepreneuriale.

2. Description du porteur de l'idée

Le porteur de cette idée est un spécialiste en entrepreneuriat avec une expérience notable dans la création et la gestion de projets. Son parcours inclut le développement de programmes d'accompagnement pour entrepreneurs, avec une expertise en design thinking et en durabilité. Ses motivations sont liées à une volonté de rendre le parcours entrepreneurial plus accessible, structuré et éthique. Grâce à son approche pédagogique et à son expérience en formation et coaching, il est qualifié pour guider d'autres personnes dans ce processus complexe.

3. Zone géographique

Ce service cible principalement une portée **internationale**, bien que les ressources puissent être adaptées aux spécificités culturelles et légales de chaque région. Les contenus numériques (formation, coaching en ligne, etc.) permettent de toucher une audience large, tandis que les interventions locales peuvent se concentrer sur des marchés spécifiques (francophones, européens, etc.).

4. Identification des segments potentiels

1. **Étudiants et jeunes diplômés** intéressés par l'entrepreneuriat.
2. **Professionnels en reconversion** cherchant à se lancer dans une activité indépendante.
3. **Femmes entrepreneures**, souvent confrontées à des défis spécifiques.
4. **Entrepreneurs en début de projet**, ayant besoin de structurer leur démarche.
5. **Entrepreneurs sociaux**, motivés par des projets à impact durable.
6. **Personnes sans expérience entrepreneuriale** mais avec une idée à développer.
7. **Freelancers et indépendants** souhaitant formaliser ou développer leur activité.
8. **PME et startups** dans les phases initiales cherchant du conseil en stratégie.

5. Description détaillée de chaque segment

1. **Étudiants et jeunes diplômés** : Âgés de 20 à 30 ans, majoritairement en phase de réflexion ou de début de carrière. Souvent très réceptifs aux nouvelles idées mais manquent d'expérience pratique. Ils sont motivés par l'autonomie et l'innovation.
2. **Professionnels en reconversion** : Âgés de 30 à 50 ans, avec une expérience significative dans un domaine spécifique. Ils cherchent à s'orienter vers l'entrepreneuriat pour se réinventer, mais craignent les risques financiers et l'incertitude.
3. **Femmes entrepreneurs** : Toutes tranches d'âge, souvent confrontées à des barrières sociales ou des défis liés à la conciliation entre vie professionnelle et personnelle. Elles recherchent un accompagnement qui tient compte de ces enjeux.
4. **Entrepreneurs en début de projet** : Âgés de 25 à 45 ans, avec une idée solide mais peu de connaissances pratiques sur la gestion d'entreprise. Ils ont besoin de ressources concrètes pour transformer leurs idées en réalité.
5. **Entrepreneurs sociaux** : Âgés de 25 à 50 ans, motivés par des projets visant un impact social ou environnemental. Ils cherchent à aligner leur raison d'être avec la viabilité financière de leur projet.
6. **Personnes sans expérience entrepreneuriale** : Âgés de 25 à 45 ans, venant souvent d'un autre secteur d'activité, ces personnes ont des idées, mais manquent de compétences et de confiance pour les exécuter.
7. **Freelancers et indépendants** : Âgés de 25 à 40 ans, déjà actifs dans leur domaine mais souhaitant structurer et formaliser leur activité. Ils sont à la recherche d'outils pour stabiliser leur activité à long terme.
8. **PME et startups** : Âgés de 30 à 55 ans, en phase de démarrage, cherchant un accompagnement personnalisé sur la stratégie, l'expansion et la gestion.

6. Analyse des besoins de chaque segment

1. **Étudiants et jeunes diplômés** : Besoin d'encadrement pratique et d'outils pédagogiques pour structurer leurs idées.
2. **Professionnels en reconversion** : Accompagnement pour comprendre les aspects légaux, financiers et organisationnels d'une entreprise.
3. **Femmes entrepreneurs** : Besoin d'un espace sécurisant pour échanger sur les défis spécifiques qu'elles rencontrent, et d'un soutien personnalisé.
4. **Entrepreneurs en début de projet** : Outils pour concrétiser les idées, établir des plans d'affaires solides et acquérir des compétences de gestion.
5. **Entrepreneurs sociaux** : Accompagnement sur les modèles économiques et durables pour allier impact et rentabilité.
6. **Personnes sans expérience entrepreneuriale** : Besoin de renforcement de la confiance en soi et de conseils pratiques pour démarrer.
7. **Freelancers et indépendants** : Besoin de structurer leurs activités, avec des conseils sur les aspects juridiques et administratifs.
8. **PME et startups** : Recherche d'un accompagnement stratégique pour passer du prototype à la croissance.

7. Comportements d'achat et d'utilisation

1. **Étudiants et jeunes diplômés** : Préférence pour les canaux numériques comme les webinars, plateformes en ligne et réseaux sociaux.
2. **Professionnels en reconversion** : Recherche de contenus structurés, comme des ateliers ou des programmes de mentorat, souvent sur des plateformes spécialisées.
3. **Femmes entrepreneurs** : Préfèrent des espaces de coaching collaboratifs, avec une dimension mentorat.

4. **Entrepreneurs en début de projet** : Utilisation fréquente de programmes de formation en ligne, accompagnement personnalisé et études de cas.
5. **Entrepreneurs sociaux** : Fort intérêt pour les ressources liées à l'entrepreneuriat durable et éthique, et pour les réseaux de soutien locaux.
6. **Personnes sans expérience entrepreneuriale** : Participation à des séminaires en présentiel ou en ligne pour développer des compétences de base.
7. **Freelancers et indépendants** : Utilisation de modules de formation flexibles et accessibles en ligne, principalement pour la gestion de projets et la comptabilité.
8. **PME et startups** : Besoin de solutions personnalisées et d'accompagnement à long terme, souvent sous forme de coaching ou de consultance stratégique.

8. Évaluation de l'attractivité de chaque segment

1. **Étudiants et jeunes diplômés** : Fort potentiel de croissance, mais rentabilité limitée à court terme.
2. **Professionnels en reconversion** : Rentabilité plus immédiate, en raison d'un pouvoir d'achat plus élevé et d'un besoin de soutien structuré.
3. **Femmes entrepreneures** : Segment croissant avec un fort potentiel de fidélisation, mais nécessite une approche adaptée.
4. **Entrepreneurs en début de projet** : Potentiel élevé mais nécessite un suivi continu.
5. **Entrepreneurs sociaux** : Segment de niche avec un potentiel de différenciation basé sur les valeurs.
6. **Personnes sans expérience entrepreneuriale** : Besoin d'un soutien intensif au début, mais peut se révéler très fidèle par la suite.
7. **Freelancers et indépendants** : Fort potentiel de rentabilité en raison du besoin d'accompagnement continu et personnalisé.
8. **PME et startups** : Besoin d'un suivi à long terme avec un fort potentiel de revenus récurrents, mais hautement concurrentiel.

9. Synthèse et recommandations

Les segments les plus prometteurs à cibler en priorité sont les **professionnels en reconversion**, les **femmes entrepreneures** et les **freelancers**. Ces groupes ont des besoins clairs et un pouvoir d'achat supérieur, ce qui en fait des cibles stratégiques. Les **entrepreneurs sociaux** et les **PME** présentent un potentiel de différenciation intéressant, mais nécessitent une approche spécifique et des offres personnalisées.